

Mécénat Report 2014

80

70

60

50

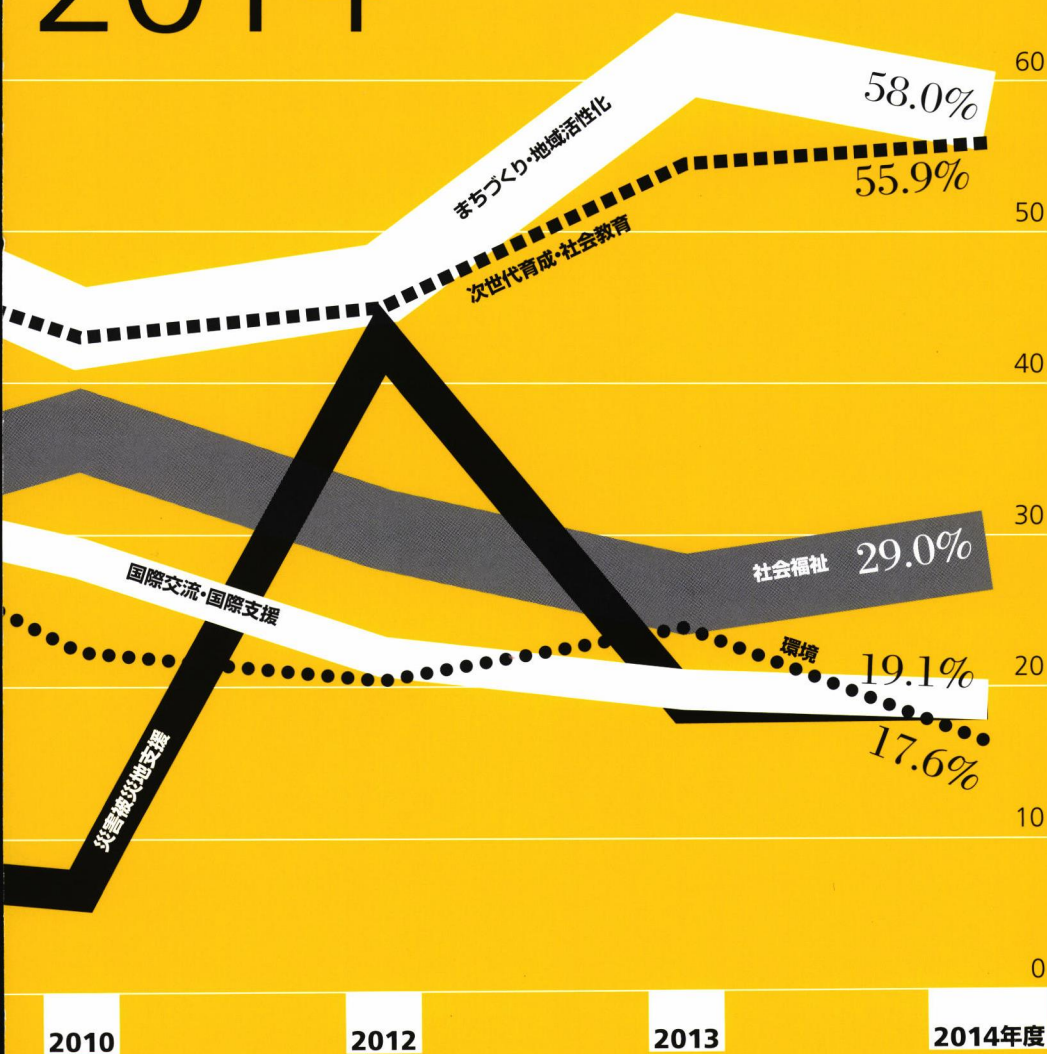
40

30

20

10

0



2010

2012

2013

2014年度

Mécénat Report 2014

目次

03 調査研究事業について

04 世界に誇れ ジャパン・メセナ

TOA[株] 経営企画本部 広報室主事／

[公社] 企業メセナ協議会 調査研究部会長 吉村真也

06 2014年度「メセナ活動実態調査」の基礎データ

08 2014年度「メセナ活動実態調査」を読み解く!

企業のメセナ

- ① 多様な経営資源による多彩なメセナ——— 08
- ② あらゆる文化領域に広がるメセナ——— 10
- ③ 芸術・文化を通じた社会課題の解決——— 12
- ④ 長年にわたり芸術文化基盤を支えるメセナ——— 14
- ⑤ 進む社員参画——— 16
- ⑥ 海外でのメセナ活動——— 17

企業財団のメセナ

- ◎ 企業財団による芸術・文化支援——— 18

20 意外に大きい企業財団の役割

[公財]セゾン文化財団 常務理事／[公社]企業メセナ協議会 理事 片山正夫

22 [公社]企業メセナ協議会 会員一覧

調査研究事業について

企業メセナ協議会では、民間によるメセナ(芸術・文化振興による社会創造)活動の現状を探り、さらなる推進をはかるべく、さまざまな調査研究事業に取り組んでいます。

なかでも1991年より継続している「メセナ活動実態調査」は、全国の企業および企業財団を対象に、日本におけるメセナに関する唯一の統計調査として、その結果は企業各社、官公庁や地方自治体、研究機関、マスコミ等で広く活用されています。企業・企業財団のメセナ活動の規模や手法のほか、目的や取り組みの成果についてもたずねており、集計により得られるメセナの全体的な動向とともに、現場の意識や課題についても把握し、分析を加えて公表しています。

2014年度「メセナ活動実態調査」では、アンケートに寄せられた回答にあわせて、公開資料や独自に得たデータに基づき、協議会会員有志からなる調査研究部会にて内容を精査し、7つの観点からの読み解きを試みました。また2014年度からは「メセナアソシエイト」制度を導入し、具体的な事例も含めて、企業メセナの質的な側面を掘り下げるべく研究活動を進めているところです。

2020年東京オリンピック・パラリンピックを機に、日本の多彩な文化を国内外に広く発信しようという機運が高まっています。協議会では今後も調査研究事業を通じて、企業メセナの価値を追求するとともに、メセナ運動の推進と文化による社会創造に努めてまいります。

本調査にご協力をいただきました、すべての企業・企業財団の皆様にご礼申し上げます。

公益社団法人企業メセナ協議会

本調査でいう「メセナ」とは:

「芸術・文化振興による社会創造」を幅広く捉え、芸術・文化活動の実施とともに、それを通じた教育、福祉、環境、地域振興等のあらゆる社会課題解決への取り組みも含まれます。
※公演や展覧会等の開催／文化施設等の運営／資金支援、人的・物的支援、ノウハウや場の提供／顕彰やコンクール／人材育成、ワークショップ等／まちづくり・次世代育成・災害被災地支援等で、芸術・文化の要素を含むプログラム

2014年度調査の概要

調査対象……………[企業]日本国内企業1,612社:直近5年間に於ける「メセナ活動実態調査」(対象:全上場企業、非上場売上高上位300社、企業メセナ協議会会員企業、当協議会顕彰事業「メセナアワード」応募企業等)への回答企業、および同調査対象外企業のうち、協議会調べ企業約400社
[財団]事業内容に芸術文化(支援)活動を含む企業財団・公益信託など277団体
調査対象期間……………2013年4月～2014年3月 ※企業財団は財団の事業年度による
アンケート実施期間……………2014年7月～8月
調査方法……………郵送およびWEBによるアンケート調査

世界に誇れ ジャパン・メセナ

TOA[株] 経営企画本部 広報室主事／
[公社] 企業メセナ協議会 調査研究部会長

吉村真也

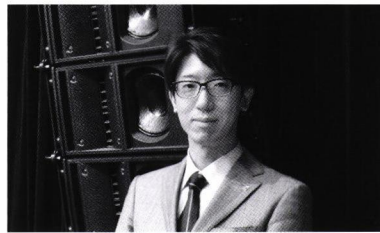
実をいうと「世界に誇れ」ではなく、「日本のメセナは世界一」だと断言したいのが調査研究部会の本音である。残念ながら論理的に証明する手法が十分ではないため、この表現にとどめている。今後、さまざまな角度から証明に取り組んでいくが、一方で現時点でも日本のメセナが誇るべき特徴を持っていることを、本書発行にあたりご紹介したい。特徴とは、なにより「活動の多様性」だ。

「美術(24.6%)」「祭り・郷土芸能(7.2%)」など、実施ジャンルが多様なだけではない。最も多い「音楽(39.7%)」においても、音楽ホールでのコンサートや、学校現場に自社機材と人員を派遣してのワークショップなど、内容や手法はさまざまだ。こうした多様性は、メセナの担い手が多種多様な「企業」であることに大きく関係している。企業はそれぞれ、ヒト・モノ・ノウハウなど独自の経営資源を持つ。その積極的な活用の過程で、メセナは「自社ならではの」特色を意識していったといえる。

資源活用は、90年代後半に「非資金メセナ」として脚光を浴びた。景気低迷の折、予算縮小への対抗策であったことも否めないが、資源活用がいかにメセナにおいて有益であるか、企業自身が知る契機となったのは事実であろう。気づきはさらなる創意工夫を生む。2000年代に入り、活動における「脱利益還元」「社会課題と向き合う」時流にも乗り、資源活用はより加速度を増していく。今年度の調査結果においても「マンパワー(14.4%)」「場所(7.8%)」「製品・サービス(7.6%)」など、資金以外の支援を実施した企業は多い。いまや非資金資源の活用は、メセナ活動において欠くことのできない要素として定着したといえるだろう。こうした企業が、アーティスト、市民、文化機関、行政機関など多様な協働先とともに、一つとして同じケースは

ない社会課題の解決に取り組んできた。日本のメセナが「百社百様」ともいえる多様性を持ち得たのは、多様な資源と担い手たちの化学反応によって生み出された、数えきれないほどの創意工夫の結果ではないだろうか。

今年度のメセナ活動費総額は956億円にのぼる。把握できないものも含めると1,000億円を超えられ、文化庁の年間予算にも匹敵する。政府予算を中心とした欧州型とも、民間寄付を中心とした米国型とも異なり、日本においては民間が国と同じ規模で芸術文化を担う仕組みが、企業の自発的意志によって継続されてきた。それは担い手一人ひとりの不断の努力によって生み出された、実に多様な活動の積み重ねによって成り立っている。これを世界に誇らすにいられようか。本調査が、ジャパン・メセナを世界へと発信する第一歩となれば幸いである。



よしむら・しんや

1997年より現職。企業広報業務と、社会貢献・メセナ活動の企画運営を兼務。音響メーカーとしての自社資源を活用し、子どもたちと音楽が出会う場を創出する活動を展開。日本アートマネジメント学会、日本文化政策学会、各会員。

2014年度「メセナ活動実態調査」の基礎データ

回答企業 **420** 社 うち「メセナ活動を行った企業」 **333** 社 回答財団 **189** 財団

メセナ活動費・活動件数 [企業 | 財団]

企業

活動総件数 **2,928**件
 活動費総額 **194億142**万円

活動費総額分布 N=333 企業数ベース

～100万円未満	44社 [13.2%]
100万～300万円未満	34社 [10.2%]
300万～500万円未満	25社 [7.5%]
500万～1000万円未満	32社 [9.6%]
1000万～3000万円未満	51社 [15.3%]
3000万～5000万円未満	13社 [3.9%]
5000万～1億円未満	20社 [6.0%]
1億～5億円未満	19社 [5.7%]
5億～10億円未満	5社 [1.5%]
10億円以上	2社 [0.6%]
無回答	88社 [26.4%]

財団

活動総件数 **693**件
 年間支出総額 **645億9,540**万円

企業+財団

総件数 **3,000**件以上
 総額 **956億2,697**万円※

※アンケート調査によるデータのほか、企業財団の公開資料および協議会事業によって得られたデータ等を加えた額。

本調査が対象とする「メセナ活動費」とは

芸術・文化にかかわる取り組みであれば、広告宣伝費、営業費、広報費などの経費で支出されたものも対象とする。

※ 表中の「N=000」は母数で、N=100%となる。

※ 「MA」は複数回答を指す。

回答企業・企業財団の所在地

[企業 N=420 | 財団 N=189]

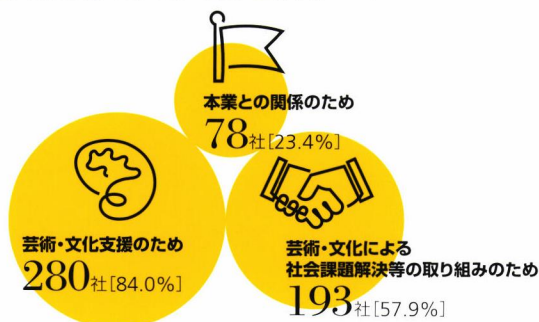
	メセナを行った企業数		メセナを行った企業財団数	
	回答企業数	回答財団数	回答企業数	回答財団数
北海道	7	5	2	4
青森県	1	1	9	8
岩手県	1	1	0	8
宮城県	3	1	2	13
秋田県	1	1	1	10
山形県	2	2	4	1
福島県	0	0	3	1
茨城県	2	1	2	1
栃木県	3	3	1	3
群馬県	4	4	1	2
埼玉県	5	2	0	3
千葉県	4	4	0	2
東京都	197	152	62	4
神奈川県	15	8	2	4
山梨県	1	1	1	2
長野県	8	4	2	1
新潟県	6	5	3	8
富山県	2	2	2	8
石川県	2	2	3	1
福井県	3	3	2	1
岐阜県	4	4	3	1
静岡県	6	6	6	1
愛知県	22	19	6	2
三重県	2	2	3	0
滋賀県	2	2	4	0
京都府	9	9	8	1
大阪府	42	30	8	1
兵庫県	13	10	9	3
奈良県	1	1	3	3
和歌山県	3	3	3	1
鳥取県	1	1	1	1
島根県	3	3	1	1
岡山県	3	2	7	3
広島県	9	7	5	0
山口県	0	0	3	2
徳島県	2	2	4	2
香川県	4	4	4	1
愛媛県	2	2	1	1
高知県	1	1	1	5
福岡県	8	8	5	2
佐賀県	8	8	2	0
長崎県	1	1	0	2
熊本県	1	1	0	2
大分県	3	2	2	2
宮崎県	2	2	1	2
鹿児島県	1	1	2	0
沖縄県	0	0	0	0



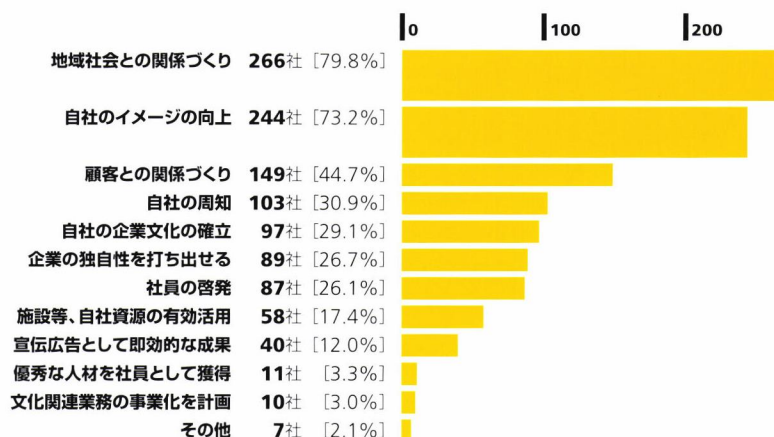
業種〔企業〕

	メセナを行った企業数 回答企業数	
水産・農林	5	4
鉱業	0	0
建設	24	17
食料品	26	23
繊維製品	7	6
パルプ・紙	3	1
化学	18	17
医薬品	4	3
石油・石炭	4	4
ゴム製品	2	0
ガラス・土石製品	4	4
鉄鋼	5	4
非鉄金属	2	1
金属製品	3	3
機械	11	4
電気機器	30	24
輸送用機器	10	8
精密機器	3	2
その他製品	16	13
卸売	16	13
小売	27	16
銀行	54	52
証券・商品先物取引	4	3
保険	9	9
その他金融	15	12
不動産	11	11
陸運	5	4
海運	1	1
空運	1	1
倉庫・運輸	7	5
情報・通信	33	27
電気・ガス	9	9
サービス	51	32

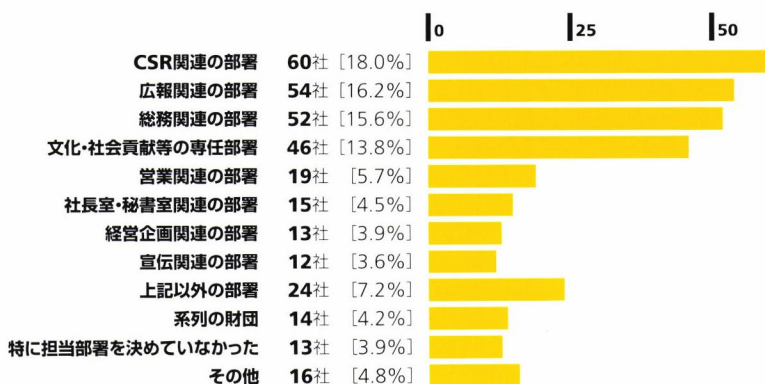
メセナ活動の目的〔企業〕 MA/N=333 企業数ベース



自社にとってのメセナ活動の効果〔企業〕 MA/N=333 企業数ベース



メセナ担当部署〔企業〕 MA/N=333 企業数ベース



2014年度

「メセナ活動実態調査」を読み解く!

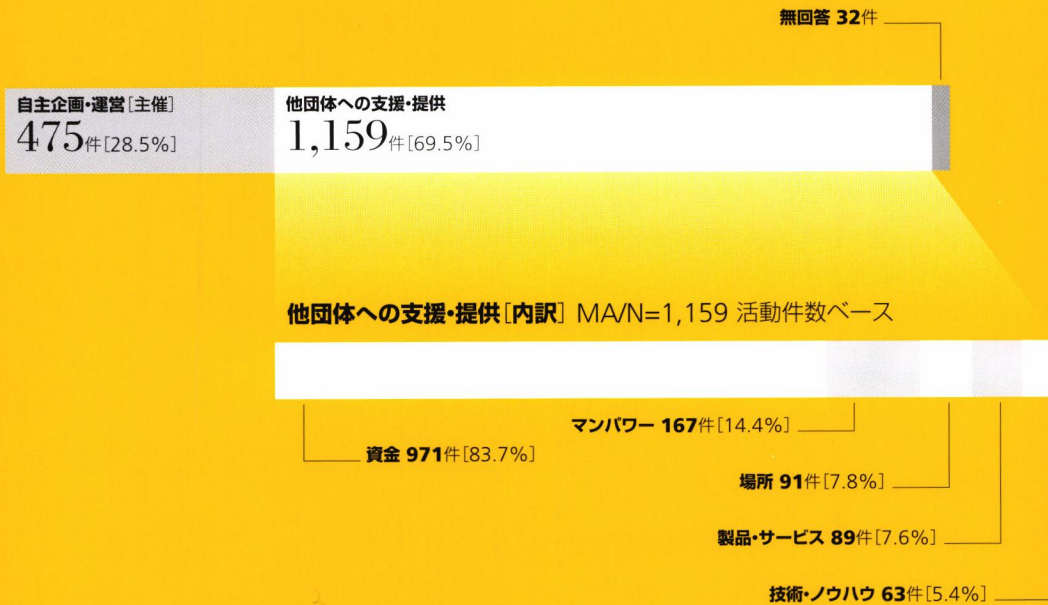
企業のメセナ

1

多様な経営資源による 多彩なメセナ

本調査に回答のあった企業のメセナ活動数は1,666件、そのうち「自主企画・運営」が28.5%、「他団体への支援・提供」が69.5%となった。「他団体への支援・提供」の内訳は、資金による支援が83.7%と大きな割合を占めるものの、マンパワー(14.4%)、場所(7.8%)、製品・サービス(7.6%)、技術・ノウハウ(5.4%)といった企業が有する経営資源も活用されている。活動事例を詳細に見ると、独自の技術や専門性を活かす支援や全国的なネットワークによる展開、自社社屋や遊休施設を提供するなど、創意工夫に満ちたプログラムの充実につながっていることがわかる。

メセナ活動の実施方法 [企業] N=1,666 活動件数ベース





TOA〔株〕

音楽による次世代育成の多角的活動
 ——TOA Meet! Music! Concept——

音響メーカーのTOAが、自らが持つホールやスタッフの技術を活かし、子どもの成長過程にあわせた4つの音楽体験プログラムを展開。小中学生を対象とする「TOA Music Workshop」では音楽との出会いや仲間と参加する楽しみを知り、中学生は「トライやる・ウィーク」で音楽をつくる楽しみを味わう。中高生や大学生はコンサートの制作やプロの技を学ぶ。NPOや教育機関と連携しながら、地域とともに音楽を通じた次世代育成に取り組んでいる。



キヤノン〔株〕

「綴プロジェクト」(正式名称:文化財未来継承プロジェクト)の実施

鑑賞機会の限られた国内文化財や海外に渡った屏風・襖絵など、日本の貴重な文化財の高精細複製を行うプロジェクト。撮影から画像処理、出力まで最新のデジタル技術を投入した複製品に、京都に伝わる伝統工芸の技を融合して、オリジナルに限りなく近いかたちで完成させる。それをもとの所有者や寺院、博物館などへ寄贈し、一般公開や教育に活用してもらう。優れた技術力を活かし、文化財の保存と複製品による公開を両立させている。



朝日酒造〔株〕

酒蔵を核とする自然保護・文化活動

里山と田んぼに囲まれた越路の地で、180余年にわたり営業する同社は、かけがえのない自然環境と酒造りの伝統を地域ぐるみで守り、伝える。本社エントランスホールでの音楽イベントや美術展示のほか、国の登録有形文化財でもある創業者の元邸宅での茶会や寄席などを実施。さらに同社の杜氏や蔵人、住民など約100名が集い、杜氏に歌い継がれてきた「越後酒屋唄」を蘇らせる企画など、企業の営みが地域の文化を醸成している。



油機エンジニアリング〔株〕

古民家の修復保存と活用

建物の解体にかかわる同社が、福島県糸島市にある町屋を残し、独自で修復、活用する活動に取り組む。歴史的価値が高く地域の景観にも重要なこの建物を「古材の森」と名付け、地域で活動する方を招いての顕彰講座、社員と地元住民が連携してワークショップやコンサート、落語などの企画を展開。地域拠点として活動を続けることで、住民自らが住まう古民家を同じように活かす動きなども生まれてきている。

2014年度
「メセナ活動実態調査」を読み解く！
企業のメセナ

2

あらゆる文化領域に 広がるメセナ

企業がメセナを行う目的として「芸術・文化支援のため」(280社、84.0%)が最も多く挙げられているが(p7参照)、その対象となる分野は、例年大きな割合を占める音楽(39.7%)、美術(24.6%)のみならず、祭り・郷土芸能(7.2%)、建築(4.2%)、食文化(3.3%)、ファッション・デザイン(3.2%)などに広がっている。さらに「地域文化の振興」や「青少年への芸術・文化教育」といった点も重視しており、各社のメセナの目的にかなう文化活動や、所在する地域固有の文化に寄り添うなど、文化の多義性を背景として幅広い領域にかかわりを持っている。

メセナ活動の芸術・文化分野 [企業] MA/N=1,666 活動件数ベース



「芸術・文化支援のため」の中で特に重視した点 [企業] MA/N=280 企業数ベース



【公財】ギャラリーエークウッド

“建築・愉しむ”ギャラリーエークウッドの運営



2005年、竹中工務店東京本社1階に開設。「エークウッド:Aの4乗」は、建築(Aの3乗)にAtmosphere(空気、雰囲気)やAmusement(愉しみ、娯楽)を加え、そのコンセプトのもと年間7~9本の企画展を開催。文化の多様な考え方を提案する。建築を取り巻く生活文化という視点をベースに、現代美術や映画、絵本など、自然や人の営みに光を当てて、物事の多面性を見せるその切り口からは、日本のものづくりの面白さや匠の精神といった一貫した眼差しが浮かび上がる。

【株】琉球銀行

「りゅうぎん紅型デザインコンテスト」による
紅型振興と次世代育成活動



沖縄を代表する伝統工芸の「紅型」。作家や後継者が減少する中、1992年から本コンテストを開始。若手工芸家の育成と紅型デザインの新しい領域の追求に力を入れる。プロアマ問わず紅型の手法を使った作品を募集し、応募作品の展覧会やワークショップを実施。入賞・受賞作品は買い取り、主要店舗で巡回展示するとともに、カレンダーや通帳、キャッシュカードなどで活用、さらに県内企業へも受賞作品の使用を呼びかけている。

アサヒビール【株】

すみだ川アートプロジェクト



隅田川を重要な地域資源と捉える同社が、2009年から2089年までの80年間、地域の人々やアーティスト等とともに進めるプロジェクト。本社隣りのアサヒ・アートスクエアを拠点に、近くの神社や広場、船などを使いながら、皆でつくり、皆で楽しむ「川の手文化」の発信を続ける。近年は「江戸を遊ぶ」をシリーズテーマに、毎夏1カ月半、江戸の食の再現や、禅僧による怪談話、町工場の廃材で楽器づくりなど約40の多彩な企画を展開する。

【特】全日本製造業コマ大戦協会

全日本製造業コマ大戦



ものづくりの技術で日本経済を支える製造業の中小企業が集い、自社開発のコマを回して直径25cmの土俵で闘う。単純明快な対戦方法が町工場に受け入れられ、メディア取材や口コミにより、第2回には約200チームが参戦。地区予選などを経た27チームによる全国大会が行われ、海外での開催にまで発展した。第3回大会には6カ国の海外チームが参戦し、初の「世界大会」が開催された。技術とアイデアを喧嘩コマで競う中、他社とのネットワークが生まれ、町工場のモチベーションの向上にもつながっている。



2014年度

「メセナ活動実態調査」を読み解く!

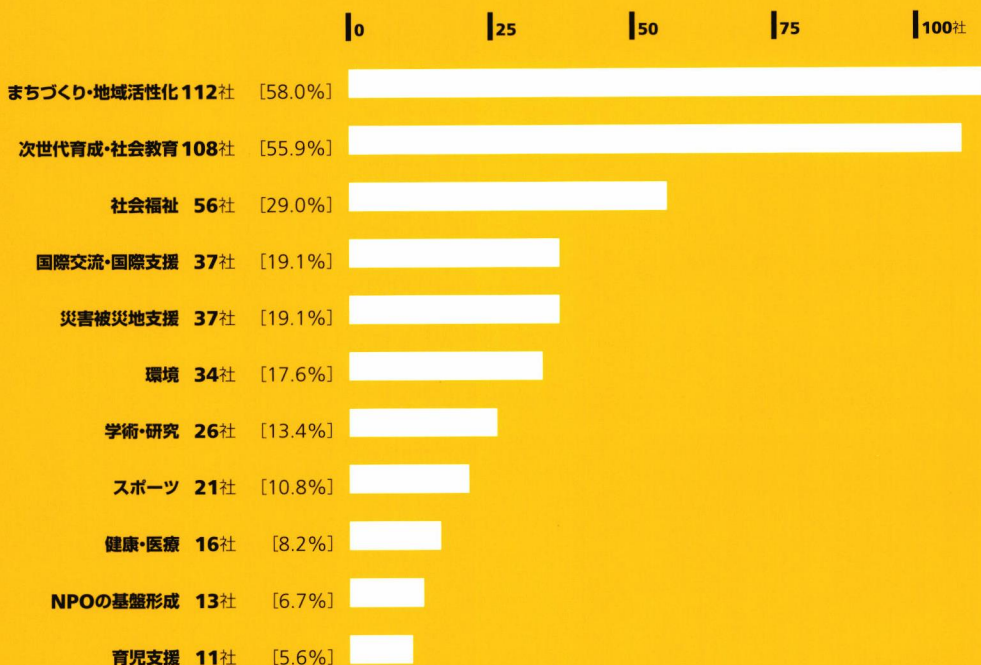
企業のメセナ

3

芸術・文化を通じた 社会課題の解決

企業がメセナを行う目的として、「芸術・文化による社会課題解決等の取り組みのため」(193社、57.9%)が二番目に挙げられている(p7参照)。その中で特に重視しているのは、まちづくり・地域活性化(58.0%)、次世代育成・社会教育(55.9%)、次いで社会福祉(29.0%)、国際交流・国際支援(19.1%)、災害被災地支援(19.1%)と続く。事例を見ると、見過ごされがちな文化資源に光をあてる活動や、少子高齢化が進む地域での世代交流、さまざまな人の表現を応援する活動など、社会課題に創造的な視点をもたらす取り組みがなされている。また多くの企業にとって自社の拠点地域との関係づくりが重視される一方で、東日本大震災後に始まった被災地でのメセナ活動も引き続き行われている。

「芸術・文化による社会課題解決等の取り組みのため」の 中で特に重視した点〔企業〕 MA/N=193 企業数ベース





トヨタ自動車〔株〕

ココロハコブプロジェクト

～芸術・文化を通じた復興支援活動～

東日本大震災後、人やモノだけではなく「支援の心」を運びたいと考え、「ココロハコブプロジェクト」で、さまざまな支援活動を続ける。同社の長年にわたるメセナ活動「トヨタコミュニティコンサート」「トヨタ子どもとアーティストの出会い」など、これまでのネットワークとノウハウを結集させ、南三陸町では2012年3月11日の追悼式で、子どもたち自らがつくった歌を発表。復興への長い道のりの中、本当に求められる支援を続けていく。



サントリーホールディングス〔株〕

「東北サンさんプロジェクト」における

文化を通じた東日本大震災復興支援

東日本大震災復興支援活動の柱の一つが芸術・文化・スポーツを通じた支援。サントリーホール、サントリー美術館、サントリー芸術財団などで培ってきたノウハウやネットワークを活用し、ウィーン・フィルハーモニー管弦楽団のコンサートや日本工芸会の協力のもと行う出張授業「おもしろびじゅつ教室」、被災地の高校生によるサントリーホールでのコンサートプロジェクトなどを実施。自治体やNPOなどとも連携し、極めて多角的に活動を展開している。



あきんど 村上町屋商人会

町屋に光を当て、町を活性化させ、
町屋を守る商人の挑戦

多くの町屋が残る城下町村上市の旧町人町、1995年に持ち上がった開発計画から町を守るべく、地元商人たちが町屋を活かしたまちづくりを開始。地元老舗22社が集い、98年に村上町屋商人会を結成する。春は「人形さま巡り」、秋には「屏風まつり」などを行い、住民が生活空間を来訪客に説明するというスタイルで、観光客が徐々に増加。城下町に伝承する文化を活かした活動から、町全体の景観づくりへと発展している。



三菱地所〔株〕

障がいのある子どもたちの絵画コンクール

「キラキラとアートコンクール」

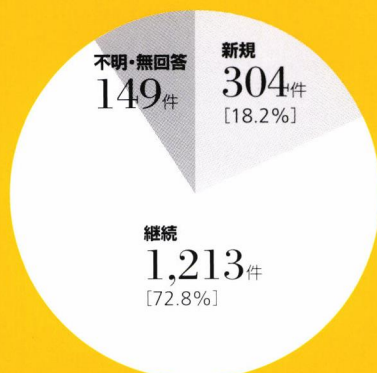
障がいのある子どもたちの可能性を応援したいと、2002年より開始。障がいのある18歳までの子どもたちを対象とした絵画コンクールで、自由なテーマで作品を募集する。専門家4名による一次審査で150点の作品が選ばれ、続くグループ社員審査では、例年500名を超える社員が投票を行う。応募作品は同社CSR報告書の表紙等に用いるほか、優秀賞50作品は全国で展覧会を行う。コンクールを機に障がい者アトリエ「アートビリティ」の登録作家となる子どももいる。

4

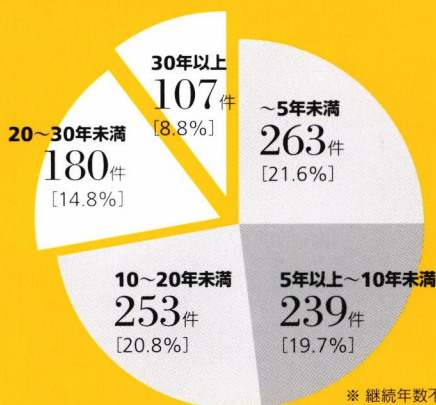
長年にわたり 芸術文化基盤を 支えるメセナ

メセナプログラムの活動開始年を見ると、「新規」が18.2%であるのに対し、「継続」は72.8%を占め、その半数が10年以上となっている。なかでも20年以上継続している活動は全体の1/4ほどとなっており、多くのプログラムが地道に継続されていることがわかる。アンケートの自由記述では、「支援してきたアーティストが海外で初個展を開催する際に協賛でき、とても意義深い」といったエピソードや、地域の伝統芸能や祭りの継承にかかわる活動などが寄せられた。企業が独自に編纂する文芸誌が何世代にもわたって親しまれるなど、活動そのものが地域の文化として根ざしている例もある。日本各地の文化の醸成に、企業メセナが長年にわたり貢献していることがうかがえる。

メセナ活動の継続状況〔企業〕 N=1,666 活動件数ベース



メセナ活動の継続年数〔企業〕 N=1,213 活動件数ベース



※ 継続年数不明・無回答171件
(14.0%)を除きグラフを作成。



〔株〕資生堂

「椿会」の開催と資生堂ギャラリー、資生堂アートハウスの活動

資生堂ギャラリーを代表するグループ展「椿会」は1947年に始まる。固定メンバーによる展覧会を数年間にわたり年一回開催し、これまでに93名のアーティストが参加した。2013年からは第七次メンバーを迎えている。購入を前提として新作の制作を依頼し、出展作品は展覧会後に静岡県掛川市にある資生堂アートハウスのコレクションに加わる。同館では年4回の企画展を通じて、所蔵作品の公開を続けている。

大阪ガス〔株〕

OMS戯曲賞を通じた関西地域の活力創出支援

1994年に創設された戯曲賞。関西2府4県在住または関西を主な活動の場とする劇作家で、前年に書下ろし上演された作品を対象として、毎年50～60編の戯曲の中から大賞1名、佳作1名を選出。全国に活躍の場を広げる劇作家を多く輩出している。大賞受賞作品に対しては「再演支援金」の制度を設け、また最終選考に残った作家にはラジオドラマのシナリオを依頼するなど、劇作家を育みながら、地域の魅力づくりにつながる支援を続ける。



パナソニック〔株〕

日本伝統工芸への支援活動

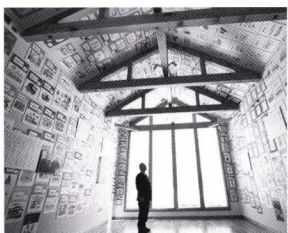
創業者・松下幸之助が大切にしたい「ものづくりの心」を未来に伝えるべく、長年にわたり日本工芸会への支援を続け、2013年にはパナソニック汐留ミュージアムで「幸之助と伝統工芸」展を開催。陶芸、染織、漆芸、金工、木竹工、人形、截金など、さまざまな素材を駆使し、伝統のわざを絶やさず時代の息吹を取り入れる芸術としての日本の伝統工芸作品を多数紹介。これを契機に毎年子どもたちを対象とした工芸ワークショップも行っている。



〔株〕リクルートホールディングス

クリエイションギャラリーG8とガーディアン・ガーデンの運営

銀座にある2つのギャラリー。クリエイションギャラリーG8は1985年開設、「デザインとコミュニケーション」をテーマに内外の第一線で活躍するクリエイターの仕事を紹介する。ガーディアン・ガーデンは1990年より活動開始。グラフィックや写真の公募展などで若手アーティストを応援する。共同企画展や、ベテランと若手が同じテーマに取り組むチャリティー展も実施。それぞれ特徴を活かしながら、新たな表現にチャレンジする場を提供している。



六花亭製菓〔株〕

50年にわたる月刊児童詩誌『サイロ』の発行

1960年1月の創刊以来、今日まで途切れることなく毎月刊行する児童詩誌『サイロ』。十勝管内の小中学生から詩を募り、地元小中学校の教師で構成される「サイロの会」が作品の選定と編集作業を行う。B5判12ページの冊子だが、半世紀以上にわたり1万2,000編を超える詩を紹介し、投稿数は25万編以上におよぶ。毎月4,500部発行、応募者と十勝管内の小中学校、図書館、希望者に無料で配布し、地元に着した児童詩誌となっている。

2014年度
「メセナ活動実態調査」を読み解く!
企業のメセナ

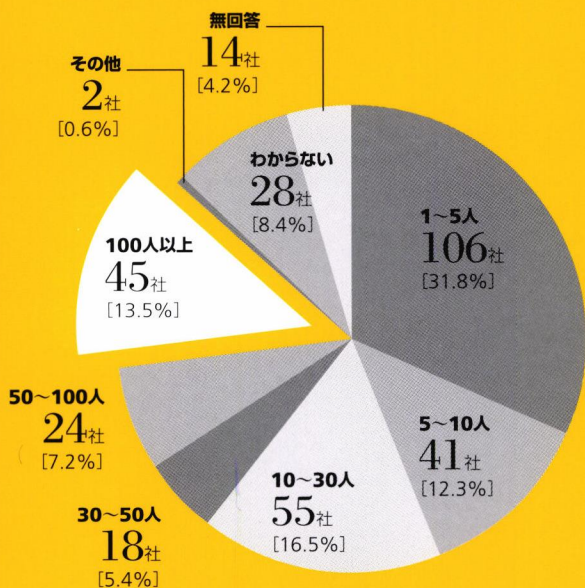
5

進む社員参画

2014年度調査では新たに、メセナ活動への社員参画の状況をたずねたところ、年間で延べ「100人以上」と回答した企業が45社あった。メセナ活動の継続にとって、社内理解は重要な要素の一つである。社員ボランティアの活用や専門性を活かした取り組みなど、社員を巻き込むための仕組みづくりが各社で工夫されている。「ワークショップに参加した社員が会場の学校で子どもたちに歓迎され、感激した。社員の意識改革、自社への誇りの醸成に寄与している」といった記述など、本業以外で社員が社会とかかわることの意義も指摘された。

メセナ活動の社員参加者数 [企業]

N=333 企業数ベース



事例紹介



損害保険ジャパン日本興亜 [株]

東日本大震災復興支援
「損保ジャパン笑顔届け隊!
人形劇スマイルキャラバン」

同社名古屋ビル内にある人形劇場「ひまわりホール」の運営団体である愛知人形劇センターと、同社が連携する取組み。若手県釜石市の子どもの心のケアなどを目的に、東日本大震災以降、春休みと夏休みにあわせて、これまでに7回、人形劇の出張公演を行っている。上演後に子どもたちに贈るプレゼントやメッセージカードは、社員ボランティアによる手づくりで、現地営業所の社員だけでなく、全国の社員も含めた約500人が活動を支えている。

[株]電通

「広告小学校」プロジェクト



CMづくりで「伝える」を学ぶ。子どものコミュニケーション力の育成を目的に、同社と東京学芸大学が開発した子どもたちのための授業プログラムだ。共通のテーマについてアイデアを出しながらグループワークを行い、15秒のCM劇を発表する。必要な教材はパッケージ化し、先生のための学習指導案やQ&A集、DVDやワークシート等を提供。教材のカスタマイズや授業のアドバイスにも同社クリエイターが応じ、充実したサポートを行っている。

2014年度

「メセナ活動実態調査」を読み解く！

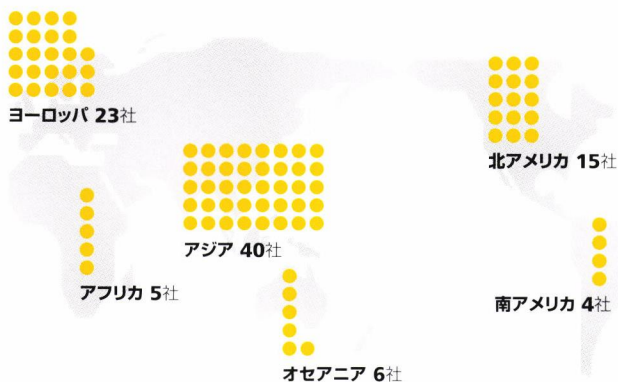
企業のメセナ

6

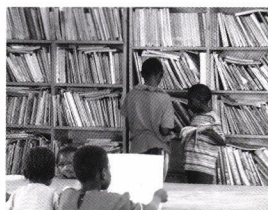
海外でのメセナ活動

メセナ活動実施企業の約1/5にあたる58社が、アジア・欧州を中心に海外でのメセナ活動を実施している。事業を展開する地域との関係の中から生まれた取り組みや、本業の技術を活かして海外の美術館と協働で研究開発を行う例、従来のメセナプログラムが発展して国外のアーティストやアートNPOまでネットワークを広げた活動など、世界のさまざまな地域で、きめ細やかなメセナの展開により、相互理解と交流がはかられている。

海外でのメセナ活動 実施地域〔企業〕 MA/N=58 企業数ベース



事例紹介



日本工営〔株〕

日本ケニア友好
ソンドゥ・ミリウ公共図書館での
読書文化普及のための支援活動

ケニアのソンドゥ・ミリウ地域で水力発電建設事業に従事していた社員が、現地のヘラ婦人会より支援依頼を受け、図書館の開設を提案。開設資金と英語の本の寄付を社内に呼びかけ、事業主に工事用建物の一部提供を依頼して、2001年に「ソンドゥ・ミリウ公共図書館」が発足した。運営を支えるのは同社と「図書館を応援する会」で、社員をはじめ日本や英国、ケニアの市民で構成される。2004年には現在地に新たな図書館を建設、蔵書4,000冊で館運営の向上にも力を入れる。

海外でのメセナ活動で重視した点〔企業〕 MA/N=47 企業数ベース

※海外での実施企業58社のうち回答のあった47社



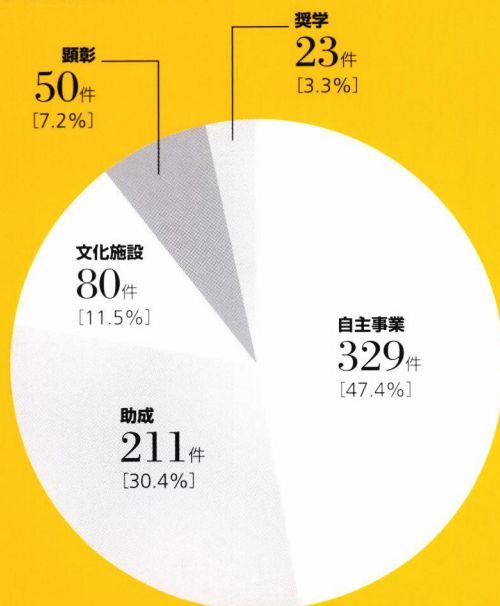
2014年度
「メセナ活動実態調査」を読み解く！
企業財団のメセナ



企業財団による
芸術・文化支援

企業財団調査に回答のあった189団体のうち、1990年代以降に設立された財団が45%にのぼり、67%が東京以外に所在する(p6参照)。数多くの企業財団が長期にわたって地域の芸術・文化活動を支え、日本各地の文化振興を担っている。その活動手法は「自主事業」「文化施設」が6割、「助成」「顕彰」が4割を占め、対象となる分野は「美術」「音楽」に次いで「工芸」「生活文化」「文学」が上位に挙げられる。企業本体によるメセナ活動と役割を分け、持続的な事業の展開が見てとれる。

実施方法〔財団〕 N=693 活動件数ベース



事例紹介



〔公財〕東日本鉄道文化財団

東日本における地域文化事業支援

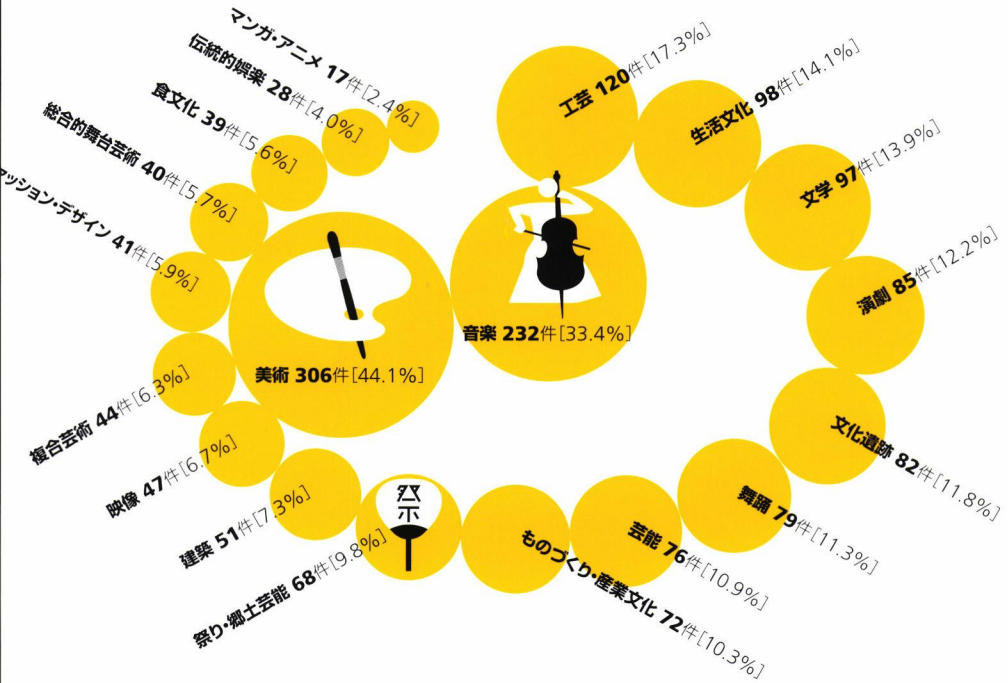
1993年より、地方文化の振興をめざし東日本各地の貴重な文化遺産や伝統芸能などの保全と継承、地域の発展のため、JR東日本各支社より推薦された事業に対し資金援助を行うかたちで地方文化事業の支援を行う(2014年度末までに135件)。東日本大震災後には特別措置を設け、地域の活性化につながるような取り組みも継続的に実施している。見過ごされがちな地元文化の価値にあらためて気づき、地域への愛着や活性化につながるケースも多い。

【公財】セゾン文化財団 現代演劇・舞踊への助成

1987年の創設以来、現代演劇・舞踊の創造活動に着目し、3年間継続した助成をおこなうなど長期的な支援プログラムを実施。同時にインフラ整備のための事業にも助成している。1994年には森下スタジオを開設し、稽古場として貸与するなど、総合的な取り組みでわが国の舞台芸術界をリードしてきた。常に、求められる支援のあり方を開発し、一貫して現代演劇・舞踊の創造支援や国際交流に取り組んでいる。



対象となる芸術・文化分野 [財団] MA/N=693 活動件数ベース



意外に大きい企業財団の役割

[公財]セゾン文化財団 常務理事／[公社]企業メセナ協議会 理事
片山正夫

今回のメセナ活動実態調査を見ると、活動費総額約840億円(アンケート回答分のみ)のうち、実に77%が企業財団からの支出であり、一財団あたりの平均支出額は3億円を優に上回っていることがわかる。おそらくこの数値は、世間一般のイメージとはかなり乖離があるのではないかと思われる。

かつて、バブル経済が崩壊し、企業による芸術・文化への派手なスポンサーシップが退潮の兆しを見せたとき、これで“メセナブーム”は終わったとの論調がかまびすしかったものだ。だが今回アンケートに回答を寄せた企業財団のうち、半数近くは1990年以降に設立されている。そしてそれらが現在のメセナ活動の大きな部分を支えているのである。不況でメセナが下火になったというのは、今にして思えば極めて表層的な見方であったことがわかる。

企業は逆風下でも多額の基金を拠出し、財団を創り続けてきた。今回の調査に回答を寄せた中で最も歴史のある財団が、1917(大正6)年の設立であることからわかるように、企業にとって財団を創るということは、長期にわたって活動を継続するという意志の表明であり、未来への約束でもある。「ブームは終わった」どころでは、実はなかったわけだ。

ところで、データを少し詳しく見ると、活動費の多い財団は事業型の財団に集中していることがわかる。ひとくちに事業といっても多様だが、数の上で目立つのは、美術館・博物館・ホールなど、文化施設を運営している財団で、このセクターを中心とした一部の事業型財団が、支出額の平均値を大きく引き上げていることが見て取れる。

逆にいえばこれは、助成型の財団のプレゼンスが、やや小さいということでもある。支出額においては、事業収入のない(したがって事業支出もない)助成型財団の平均額が少なくなり

ちなのは当然といえるかもしれないが、財団数自体も事業型に比べてかなり劣性だ(この点は、助成型財団が大半を占める米国と好対照である)。

こうした傾向は、テンポラリーな寄付・協賛か、または施設運営や自主事業が主流であり、反面で継続的かつ体系的な助成プログラムが少ないという、わが国の企業(本体)によるメセナ活動の特徴的な傾向を反映しているといえそうだ。事業活動の多様性が顕著であるだけに、多様な助成プログラムの発展にも今後期待したい。

いずれにせよこうした調査によって、これまで過小評価されてきた感のある企業財団に光をあてていくことは、企業メセナの全体像を正確に見るうえで大変重要なことだといえるだろう。



かたやま・まさお

1958年生まれ。[株]西武百貨店勤務を経て、セゾン文化財団設立時(87年)より現代演劇・舞踊分野への支援活動に携わる。立教大学大学院特任教授、東京芸術文化評議会専門委員、アーツカウンシル東京・カウンシルボード委員、市民社会創造ファンド運営委員、トーキョーワンダーサイト企画運営委員のほか、[公財]公益法人協会、[公財]助成財団センターで理事を、[学]国立学園で監事を務める。

正会員 [137社・団体]

[特非]アートネットワークジャパン
 [株]&S BBDO
 [株]AOI Pro.
 朝倉不動産 [株]
 [株]アサソーディエイ
 アサヒグループホールディングス [株]
 [株]朝日広告社
 [株]朝日新聞社
 朝日放送 [株]
 [株]板室観光ホテル大黒屋
 一帆会 昭和電工グループ
 [株]NHKエデュケーションル
 [株]NHKエンタープライズ
 [株]NHKプロモーション
 大阪ガス [株]
 [株]大塚商会
 [株]大林組
 [株]沖縄タイムス社
 オムロン [株]
 [株]オxfordホールディングス
 花王 [株]
 鹿島建設 [株]
 カトーレック [株]
 関西電力 [株]
 キックマン [株]
 キャノン [株]
 京セラ [株]
 キリンホールディングス [株]
 [株]クレディセゾン
 [株]幻冬舎
 [株]講談社
 [株]光文社
 コスモ石油 [株]
 [株]サイバーエージェント
 [株]産業経済新聞社
 サントリーホールディングス [株]
 三和酒類 [株]
 [株]資生堂
 [株]シベール
 清水建設 [株]
 [株]集英社
 [株]小学館
 [株]新潮社
 新日鐵住金 [株]
 新菱冷熱工業 [株]
 GMOインターネット [株]
 [株]ジェイティービー

住友商事 [株]
 住友生命保険 [相]
 積水化学工業 [株]
 [公財]セゾン文化財団
 [株]セブン&アイHLDGS.
 全日本空輸 [株]
 ソニー [株]
 損害保険ジャパン日本興亜 [株]
 大正製薬 [株]
 大成建設 [株]
 第一生命保険 [株]
 ダイキン工業 [株]
 大日本印刷 [株]
 [株]大和証券グループ本社
 大和ハウス工業 [株]
 [株]竹中工務店
 [株]チシマエンタープライズ
 千島土地 [株]
 中外製薬 [株]
 TOA [株]
 DIC [株]
 [株]テレビ朝日
 [株]テレビ東京
 [株]電通
 東京急行電鉄 [株]
 [株]東京国際フォーラム
 東京電力 [株]
 [株]東京ドーム
 [株]東京放送ホールディングス
 [株]東芝
 東燃ゼネラル石油 [株]
 [株]東北新社
 [株]東横イン
 凸版印刷 [株]
 トヨタ自動車 [株]
 中村プレス [株]
 日清食品ホールディングス [株]
 日本テレビ放送網 [株]
 日本電気 [株]
 [株]ニッポン放送
 日本オラルク [株]
 [株]日本経済新聞社
 [株]日本廣告社
 日本生命保険 [相]
 日本たばこ産業 [株]
 [株]ネクシーズ
 野村ホールディングス [株]

準会員 [34社・団体]

EU-ジャパンフェスト日本委員会
 茨城県
 [公財]いづさきちひろ記念事業団
 [公財]神奈川芸術文化財団
 [公財]金谷美術館
 [有]カノン工房
 [公財]関西大阪21世紀協会
 [公財]企業メセナ群馬
 京都商工会議所
 京都造形芸術大学
 [公財]京都服飾文化研究財団
 劇団四季
 [公財]公益法人協会
 [公財]埼玉県芸術文化振興財団
 佐賀県企業メセナ協議会
 [株]シアターワークシヨップ
 昭和音楽大学舞台芸術政策研究所
 [公財]新国立劇場運営財団
 [公財]せたがや文化財団
 [一社]全日本ピアノ指導者協会
 [公財]たましん地域文化財団
 中央区文化・国際交流振興協会
 出稼会計事務所
 東京都写真美術館
 東京都生活文化局文化振興部
 [株]三井住友銀行
 [公財]東京都歴史文化財団
 [株]ニッセイ基礎研究所
 [公財]日本芸能実演家団体協議会
 [公財]八十二文化財団
 [株]マザーズ
 水と土の芸術祭2015実行委員会
 [公財]水戸市芸術振興財団
 [公財]山口市文化振興財団
 [公財]横浜市芸術文化振興財団

個人会員 [19名]

※氏名公開可の方のみ掲載

飯島 健 石井康之 岩田武司
 江上節子 江幡 淳 扇谷 勉
 太下義之 尾崎元規 加藤種男
 添石幸伸 玉川 恵 永井伸和
 中坪功雄 野見山 亨 福川伸次
 横井奏子 横山利夫

[2015年3月10日現在・五十音順]

2014年度メセナ活動実態調査[報告書]

Mécénat Report 2014

2015年3月31日発行

発行人 加藤種男

編集人 末澤汐音 | 阿部絵里子 | 坂本麻里絵 | 荻原康子

デザイン NDCグラフィックス

印刷 株式会社明祥



編集・発行 公益社団法人企業メセナ協議会

108-0014 東京都港区芝5-3-2 アイセザビル8階

Tel.03-5439-4520 | Fax.03-5439-4521

2014年度調査研究部会

部会長 吉村真也 | TOA[株]

副部会長 山本真由美 | トヨタ自動車[株]

阿部奈菜子 | サントリーホールディングス[株]

金井圭 | 損害保険ジャパン日本興亜[株]

吉本光宏 | [株]ニッセイ基礎研究所

山口大輔 | バナソニック[株]

企業メセナ協議会のwebサイトでは、これまで実施した
各種調査の報告書、解説資料等を公開しています。

www.mecenat.or.jp/ja/introduction/research



本調査は、「平成26年度次代の文化を創造する
新進芸術家育成事業」として文化庁から委託を受け、
企業メセナ協議会が実施しました。

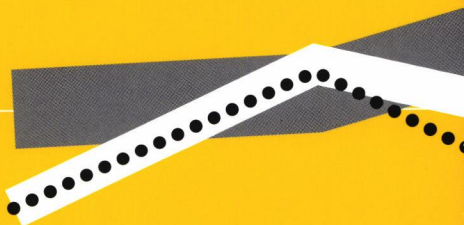
©企業メセナ協議会

本誌掲載記事の無断転用を禁じます。



公益社団法人企業メセナ協議会は、
企業や芸術・文化にかかわる
団体・個人が集い、
芸術文化の振興とこれを通じた
社会創造に取り組んでいます。
詳しい事業内容は
webサイトをご覧ください。
www.mecenat.or.jp

「芸術・文化による
社会課題解決等の取り組みのため」の中で
特に重視した点



2008

2009